



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y LA
IDENTIDAD CORPORATIVA EN UNA ENTIDAD
PÚBLICA EN PUENTE PIEDRA, AÑO 2019”

Tesis para optar el título profesional de

Licenciada en Administración

Autoras:

Soto Rios, Ivette Stephany

Campomanes Olortegui, Sheshira Michelly

Asesor:

Dra. Elizabeth Emperatriz García Salirrosas

Lima - Perú

2021

Tabla de contenidos

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS	2
ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	27
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	31
PRUEBA INFERENCIAL.....	40
CAPITULO IV. DISCUSIÓN.....	43
REFERENCIAS	48
ANEXOS 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Operacionalización de las variables	31
Tabla 2. Análisis de confiabilidad Alfa de Cronbach	32
Tabla 3. Análisis de la variable Política de comunicación interna.....	33
Tabla 4. Análisis de la dimensión detección de necesidades	34
Tabla 5. Análisis de dimensión definición de objetivos	35
Tabla 6. Análisis de la dimensión canales de comunicación	36
Tabla 7. Análisis de variable Identidad corporativa	37
Tabla 8. Análisis de la dimensión cultura corporativa	38
Tabla 9. Análisis de la dimensión Filosofía corporativa	39
Tabla 10. Prueba de correlación de la hipótesis general.....	40
Tabla 11. Prueba de correlación de la Hipótesis específica 1	41
Tabla 12. Prueba de correlación de la hipótesis específica 2.	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución según las políticas de comunicación interna	33
Figura 2. Distribución según la detección de necesidades.....	34
Figura 3. Distribución según definición de objetivos	35
Figura 4. Distribución según canales de comunicación	36
Figura 5. Distribución según Identidad corporativa	37
Figura 6. Distribución según cultura corporativa.....	38
Figura 7. Distribución según Filosofía corporativa	39

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre las políticas de comunicación interna y la identidad corporativa en una entidad pública en Puente Piedra, año 2019. Así mismo, el estudio presentó un tipo de metodología de enfoque cuantitativo, diseño no experimental-transversal y un alcance correlacional. Además, el estudio tuvo como instrumento dos cuestionarios bajo una escala de Likert aplicado a una muestra de 35 colaboradores de la entidad en estudio. Los resultados determinaron la existencia de una relación positiva entre las políticas de comunicación interna y la identidad corporativa, debido a un coeficiente de correlación de 0.734 y un Sig=0.000, lo cual es una correlación positiva moderada. Así mismo, el 66% de los colaboradores consideran que las políticas de comunicación interna se encuentran en un nivel regular y 54% refieren que la identidad corporativa está en un nivel medio. Por lo cual se recomienda que la entidad tome acciones que fomenten el adecuado flujo de comunicación interna y promuevan la identificación con los valores, visión, misión de la entidad, así mismo, intensificar el uso de plataformas digitales para la transmisión de información y capacitar a los jefes y coordinadores de áreas para fortalecer la cultura y filosofía corporativa.

Palabras clave: canales de comunicación, detección de necesidades, objetivos, cultura corporativa, filosofía.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Aguirre, D., & Vergara, F. (2017). *Comunicación Interna sin fronteras: Tendencias y casos de América Latina*. Santiago de Chile: Editorial RIL.
- Almenara, J., Romeo, M., & Roca, X. (2005). *Comunicación interna en la empresa*. Barcelona: Editorial UOC.
- Banco de Desarrollo de América Latina. (09 de 04 de 2018). *La confianza en instituciones públicas, clave para el crecimiento de América Latina*. Obtenido de CAF Banco de Desarrollo de América Latina: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2018/04/la-confianza-en-instituciones-publicas-clave-para-el-crecimiento-de-america-latina/>
- Baptista, P., Hernández, S. y Fernández, C. (2010) *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Bendezu, S. (2016). *La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/4942>
- Bercheruelo, B. (2011). *Comunicación interna en la empresa claves y desafíos*. España: Wolters Kluwer España S.A.
- Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2008). *Comunicación Interna Claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires : Editorial dirCoM.
- Bravo, R., Matute, J., & Pina, J. (2016). Gestión de la identidad corporativa: Evidencias en el sector bancario. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 49–62. <https://doi.org/10.31876/rcs.v22i2.24859>
- Capriotti, P. (2009). De la imagen a la reputación: Análisis de similitudes y diferencias. *Razón y Palabra*, 5(70), 3–7. <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478003.pdf>

- Cardozo, V. (2014). Herramientas de comunicación interna en la Universidad de Los Andes, Trujillo. *Visión Gerencial*, 0(1), 63-80–80. <https://biblat.unam.mx/es/revista/vision-gerencial/articulo/herramientas-de-comunicacion-interna-en-la-universidad-de-los-andes-trujillo>
- Carrasco, S. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Editorial San Marcos
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago, Chile: Editorial Andros Impresores.
- Crespo , I., Nicolini , C., & Parodi, J. (5 de 5 de 2015). *Comunicación interna en la Administración Pública española: claves para innovar*. Obtenido de Alice: <http://www.alice-comunicacionpolitica.com/comunicacion-interna-en-la-administracion-publica-innovar/>
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación Interna* . Barcelona: Editorial UOC.
- Deloitte. (21 de 11 de 2015). *El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/87-empresas-considera-falta-compromiso-laboral-principal-problema-105592-noticia/?ref=gesr>
- Delzo, J. (2019). *La Comunicación Interna y la Identidad Corporativa del Personal Administrativo de la Municipalidad Distrital de Asia, durante el año 2018 y primer trimestre del 2019*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Tecnológica del Perú. Lima, Perú. <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/2578>
- Egas, E., & Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. *Revista Espacios*, 39(24), 1–20. <http://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>

- Flores, Y., & Chafloque, D. (2019). *Gestión de los canales de comunicación interna e identidad corporativa en los trabajadores administrativos de la UGEL Santa*, 2019. (Tesis de Licenciatura) Universidad Cesar Vallejo, Chimbote, Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/44588>
- Formanchuk, A. (22 de 08 de 2017). *En esta empresa falta comunicación interna: ¿cómo resolverlo?* Obtenido de IMF Business School: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/capital-humano/en-esta-empresa-falta-comunicacion-interna-como-resolverlo/>
- García, Á. (2017). Reputación mediática dentro de las organizaciones públicas. El Caso del INE, España. *Universidad del Zulia*, 33(83), 1-5.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/310/31053772006/html/index.html>.
- García, J. (1998). *La comunicación interna*. España: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Garibay, C. y Zelada, K. (2019). *La comunicación interna y la identidad corporativa en los trabajadores de la I. E. "Inca Garcilaso de la Vega", Huarney – 2019*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Cesar Vallejo. Chimbote, Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45900?locale-attribute=es>
- Ibarra, J., & Leiva, Z. (2019). *La comunicación interna y el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Municipalidad de Ate 2019*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48190>
- Laurenti, V. (2017). *Gestión de la comunicación interna en la Municipalidad de ULAPES la Rioja*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Siglo 21. Córdoba, España.
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/13114>
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones* (2a. ed. ed.). Madrid: Editorial Dykinson S.L.

- Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominio de Las Ciencias*, 3(4), 296–309. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.4.oct.296-309>
- Ostos, E. (2016). Comunicación interna en la identidad corporativa de los trabajadores de salud pública en la región Lima. *Correspondencias & Análisis*, 5(6), 79–98. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.05>
- Pazmiño, E. (2017). *La Comunicación interna y la imagen corporativa del gobierno autónomo descentralizado municipal del Cantón Latacunga*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25336>
- Peña, B., Caldevilla, D., & Batalla, P. (2017). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de las estrategias de comunicación interna. *Revista Latinoamericana de Comunicación*. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 20(134), 315–330. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5974552>
- Puchol, L. (2005). *Dirección y gestión de recursos humanos* (6a. ed. ed.). Buenos aires: Editorial Diaz de Santos.
- Ramírez de Bermúdez, F. (2005). El desarrollo de la identidad corporativa: función inherente de la gestión comunicacional. *Orbis: Revista de Ciencias Humanas*, 1(1), 13–22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2251146>
- Ramos, C. (2018). *Relacion entre la comunicacion interna y la identidad corporativa de la empresa Raizza Perú S.A.C, año 2018*. (Tesis de Licenciatura) Universidad San Martin de Porres, Lima, Perú. <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/3919>
- Rayo, D. (2017). *Diseño de un Plan de Comunicación interna para mejorar la comunicación en el Municipio de Esmeraldas*. (Tesis de Licenciatura) Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/8205>

- Romero, S. (2018). *Relación de la comunicación interna en la Municipalidad de San Juan de Miraflores en la Identidad Corporativa*. (Tesis de Licenciatura) Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
<http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4351#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20evidencia%20que%20la,un%20incremento%20del%20X%3D%200.11>.
- Sánchez, M. (27 de 08 de 2015). *Deficiente gestión en gobiernos municipales demuestra ausencia de un órgano de control*. Obtenido de Gestión:
<https://gestion.pe/economia/deficiente-gestion-gobiernos-municipales-demuestra-ausencia-organo-control-69343-noticia/?ref=gesr>
- Sánchez, M. (2018). *Estrategias de comunicación y la imagen corporativa del Gad Parroquial 11 de noviembre*. (Tesis de licenciatura) Universidad Técnica de ambato, Ambato, Ecuador. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/28213>
- Tunez, J. Costa, C. (2014). *Comunicación corporativa claves y escenarios*. España: Editorial UOC